

MENUS DO FUTURO⁴

O MANUAL PARA *acelerar*
A SUA PADARIA



Unilever
Food
Solutions

COMO ESSE CONTEÚDO TE AJUDARÁ

Este material foi criado para entregar a você (Operador, chef, gestor ou empreendedor do Food Service) uma visão prática, confiável e diretamente aplicável sobre os movimentos que estão moldando os cardápios do futuro.

Mais do que um simples compilado de tendências, este relatório é resultado de um estudo global robusto que combina dados, tecnologia, inteligência culinária e análise de comportamento.



COLABORAÇÕES:



Thaís Gimenez
Chef Executiva UFS Brasil

Atuando há 17 anos na área da gastronomia, trabalhou em restaurantes fine dining, bistrôs, hotéis, catering aéreo e na indústria de alimentos em mais de 6 países. Especialista em consultoria gastronômica, com foco na otimização de operações embasada nas tendências alimentares, apoiou diversos restaurantes e operações, tendo como propósito o desenvolvimento de uma alimentação consciente em toda a cadeia de alimentos. Trabalha com foco na inovação de produtos e processos em busca constante das melhores práticas. Possui graduação em Gastronomia pelo Senac Águas de São Pedro, Ciências Sociais pela Unicamp e pós-graduação em Marketing, o que lhe confere uma visão holística e humanizada de toda a cadeia de alimentos e de restauração.



Igor Mochizuki
Chef UFS Brasil

Formado em Gastronomia pelo Centro Universitário Senac, já atuou como chef de cozinha, confeitoiro e coordenador/gestor nos setores de padronização, expansão e qualidade. Possui experiência na organização de eventos, planejamento estratégico, treinamento e capacitação de restaurantes, hotéis e empresas do ramo alimentício.



Vitor Tsuru
Chef UFS Brasil

Mestre em Ciência de Alimentos pela UEL, Farmacêutico-Bioquímico e Gastrônomo. Atuou como professor universitário em cursos de Gastronomia, consultoria e produção de conteúdo gastronômico para o marketing digital focado em redes sociais. Com passagem por grandes portais do entretenimento focado em culinária editorial e branded. E um dos pioneiros no nicho de sites de comida no Brasil com foco em gastronomia e ciência.



Giovanni Araci
Chef UFS Brasil

Chef corporativo com mais de 10 anos de experiência em gastronomia e food service, com atuação em diversos restaurantes e hotéis. Graduado em Gastronomia pela FMU, com cursos na Le Cordon Bleu (Peru) e na Escola de Artes Culinárias Laurent. Possui especializações em Ciência dos Alimentos e Gestão Empresarial, além de MBA em Marketing Digital. Atua com desenvolvimento de produtos, treinamentos de equipes e consultoria gastronômica para operações profissionais.



Michael Yamashita
Chef UFS Brasil

Formado em Gastronomia pela FMU e pós-graduado em Branding pela BSP, possui mais de 10 anos de experiência em gastronomia, atuando em restaurantes de cozinha contemporânea, eventos de rua, restaurantes dentro de academias de alto padrão e na indústria. Sua atuação está focada na execução de projetos para redes de restaurantes, abrangendo a gestão de cozinha com uma visão voltada para a busca contínua de melhorias de processos, padronização, controle de custos, treinamento, inovação e viabilidade financeira, sempre apoiando o mercado de Food Service como um todo.

COLABORAÇÕES:



Luiz Felipe Barria
Chef UFS Brasil

Chef formado pela Le Cordon Bleu e Alain Ducasse Institute . Com uma trajetória marcada pela precisão técnica e inovação, consolidei minha carreira em dois grandes polos gastronômicos: Londres e Brasil. Minha experiência em restaurantes estrelados pelo Guia Michelin moldou meu rigor com a qualidade e o respeito aos insumos. Especialista em P&D (Pesquisa e Desenvolvimento), dedico-me à criação e otimização de receitas que equilibram criatividade autoral com eficiência operacional, transformando conceitos gastronômicos em experiências memoráveis e rentáveis.



Ivan Rocha
Chef UFS Brasil

Ivan Rocha é chef formado pela Alain Ducasse Formation e pela Le Cordon Bleu Brasil, com base construída em restaurantes de alta gastronomia no Rio de Janeiro. Atuou como Chef Corporativo em grandes redes de franquias, liderando padronização, gestão e expansão operacional. Especialista em processos produtivos, domina o desenvolvimento de produtos em baixa, média e grande escala, aliados à tecnologia gastronômica. Sua carreira é marcada pela capacidade de transformar técnica, eficiência e inovação em resultados concretos para o food service.



Victor Corazza
Chef UFS Brasil

Chef Corporativo formado pelo Senac Águas de São Pedro, com mais de 10 anos de trajetória em hotéis de luxo e cozinhas de alto volume. Atua na gestão de operações de Food Service, unindo o padrão da gastronomia à eficiência operacional e financeira. Seu foco é otimizar processos, controlar custos e desenvolver equipes para transformar a cozinha em um centro de rentabilidade.



Carolina Rossoni
Chef UFS Brasil

Chef de Cozinha, com 17 anos de experiência em eventos de médio e grande porte. Nutricionista, formada pela Multivix e pós-graduanda em Gastronomia Contemporânea pela Faculdade de Minas. Consultora de Unidades de Alimentação e Nutrição (UAN), com expertise em gestão de equipes e processos.

SUMÁRIO:

COMIDA DE RUA MODERNA 06

COZINHA SEM FRONTEIRAS 22

RAÍZES CULINÁRIAS 31

GASTRONOMIA PERSONALIZADA 39



COMIDA DE RUA MODERNA

NESTE ANO, A COMIDA DE RUA MODERNA CONTINUA A SE ELEVAR — MAS COM UM SENSO RENOVADO DE FOCO E INTENÇÃO. EM 2025, OS CONSUMIDORES PASSARAM A VALORIZAR MAIS OS INGREDIENTES GOURMET QUE ELEVAM PRATOS SIMPLES A ALGO ESPECIAL.

Em 2026, o movimento avança para valorizar o artesanato, a técnica e o orgulho regional do chef, destacando o que existe por trás do prato e a história que ele conta.

O preço acessível atrai os consumidores mais jovens para o universo da culinária premium dentro da Comida de Rua Moderna. Em meio à pressão econômica desta geração e ao aperto nos orçamentos, eles buscam luxo acessível: “comida de verdade” que os conecte com o mundo ao redor, e que seja saudável e sustentável.

Comida de Rua Moderna prospera em restaurantes de

serviço rápido que são ágeis e adaptáveis para o dono, e rápidos e acessíveis para o cliente. Pense em serviço rápido, porções menores, pratos preparados na hora, molhos mais leves e ingredientes obtidos de produtores próximos. Eles transmitem autenticidade e intenção, como mostra o recente aumento de interesse por comida coreana, no espeto e chaat indiano.

A Comida de Rua Moderna vai além da pessoa e do prato final. É uma história de processo, técnica e alegria compartilhada, que celebra o chef e abre um mundo de possibilidades gastronômicas.

LEVE A COMIDA DE RUA PARA O PRÓXIMO NÍVEL

Escrito por Dino Bonačić



AO TRANSFORMAR OFERTAS ALIMENTARES PRÁTICAS EM EXPERIÊNCIAS GASTRONÔMICAS VIBRANTES, A REVOLUÇÃO DA COMIDA DE RUA ESTÁ A TODO VAPOR. AQUI ESTÁ COMO VOCÊ PODE ABRAÇÁ-LA E FAZER PATE DELA, TUDO DENTRO DO SEU PRÓPRIO MUNDO CULINÁRIO.

Respondendo a uma demanda crescente por sabores ousados e apresentações inovadoras com orçamento enxuto, a arte da Comida de Rua se expandiu globalmente e virou uma das forças criativas mais influentes da

gastronomia. Vendedores de rua estão reinventando suas receitas clássicas ao incorporar ingredientes gourmets, técnicas modernas de cocção e fusões culturais.

Ao mesmo tempo, o uso das redes sociais permitiu que esses negócios locais alcançassem reconhecimento mundial, convidando clientes a explorar novos sabores e compartilhar suas experiências — gerando uma comunidade em torno da Comida de Rua. De repente, aquilo que nasceu

da necessidade tornou-se uma expressão artística que celebra a diversidade e a criatividade culinária de uma região.

O ritmo da rua é algo com que todos podemos nos identificar — e existem sete ideias adaptáveis que ajudam a trazer essa energia para

1

EVENTOS TEMÁTICOS POP-UP

Realizar eventos temporários que celebrem diferentes tipos de pratos do mundo permitem abraçar a variedade como essência da Comida de Rua, ajudando a atrair novas audiências e a manter o interesse de clientes habituais.

2

EXPERIÊNCIAS INTERATIVAS

Ver o alimento sendo preparado é atraente para os clientes, especialmente quando se trata das técnicas usadas na criação de seus favoritos de Comida de Rua. Ofereça experiências memoráveis com workshops onde os clientes aprendem a preparar pratos típicos.

3

CARDÁPIOS ROTATIVOS

Um cardápio que muda regularmente reflete a evolução diária das ofertas de Comida de Rua: com novas receitas ou especialidades de diferentes regiões. Isso pode incentivar os clientes a voltar e experimentar algo novo.

4

COMBINAÇÕES CRIATIVAS

Sugira bebidas que harmonizem com os pratos de Comida de Rua. Isso pode realçar a experiência gastronômica e aumentar as vendas.

5

OPÇÕES PERSONALIZÁVEIS

Ao incorporar as preferências pessoais dos clientes, a Comida de Rua permite que eles personalizem seus pratos, escolhendo ingredientes ou níveis de picância, dando uma sensação de controle sobre sua satisfação.

6

COLABORAÇÕES COM ARTISTAS LOCAIS

No coração da Comida de Rua está a cultura que se se manifesta de muitas formas. Trabalhe com artistas locais para expor suas obras no seu estabelecimento, isso pode atrair o público deles e enriquecer a experiência do consumidor.

7

PROGRAMAS DE FIDELIDADE

Um programa de recompensas que ofereça descontos ou refeições gratuitas após um número determinado de compras aumenta a fidelidade e incentiva os clientes a retornarem.

CRIANDO UM AMBIENTE POSITIVO NA COZINHA

Escrito por Anna Cafolla

UM AMBIENTE DE TRABALHO SAUDÁVEL E HARMONIOSO É A CHAVE PARA O SUCESSO. VEJA COMO ALCANÇAR ISSO.

Apesar do que seriados e reality show de comida possam fazer você pensar, a cozinha moderna não é um lugar definido por intimidação, drama e jornadas implacáveis. Os chefs de hoje se orgulham de construir equipes bem-sucedidas e produzir comida excepcional, pratos que nascem de uma cozinha baseada em respeito, colaboração e equilíbrio entre vida pessoal e trabalho simplesmente têm um sabor melhor.

Criar um ambiente positivo na cozinha vai além de um serviço bem executado. Você quer que a equipe sinta que tem autonomia, clareza e confiança. Desde dar voz aos funcionários até habilidades organizacionais afiadas, definindo sucesso e equilíbrio entre vida profissional e pessoal: quatro chefs renomados explicam como cultivar boas vibrações na cozinha.

1

DÊ VOZ À SUA EQUIPE

Para o chef Brandon Collins, todos merecem ser ouvidos. “Não é necessariamente uma democracia na cozinha, mas dar autonomia à equipe para que tenha um senso de pertencimento, de comprar a sua visão”, aconselha. “Incentive o seu time a compartilhar ideias sobre cardápios, praças e operações do dia a dia, algo do qual todos possam se orgulhar. Essa responsabilidade compartilhada não apenas motiva como também alivia a pressão sobre a liderança.

2

LIDERE COM RESPEITO

Uma cozinha calma e respeitosa é um ambiente de trabalho mais eficaz.

“Por muito tempo, nesta indústria, tratamos as pessoas como se fossem números, ou apenas mais alguém para descascar batatas, fazer purê ou cozinhar vegetais no vapor”, diz Brandon. “Quando comecei na profissão, tudo girava em torno de entregar um bom prato para ser servido, e era bastante difícil”, afirma o chef James Brown. “Se você cometesse um erro, era repreendido de forma agressiva. Acho que isso amadureceu.” Enfatize uma comunicação clara e feedback construtivo. O respeito constrói confiança, e quando a equipe sabe que pode contar com você, ela se apoia mutuamente e mantém o foco mesmo sob pressão.

3

ESTABELEÇA METAS CLARAS

Seja transparente sobre como o sucesso é definido, seja consistência ou crescimento de carreira para a equipe. “Acho que é preciso ser muito claro sobre qual é o objetivo final, o que estamos tentando alcançar e como queremos chegar lá”, orienta James. “Defina expectativas, padrões e oportunidades para a cozinha, eliminando qualquer incerteza e fortalecendo um ambiente profissional.”

4

MANTENHA O FLUXO DA COZINHA

Pense na cozinha como uma performance bem coreografada, em que cada função tem um propósito, é o que afirma a chef Thais Gimenez. “A cozinha flui lindamente quando é organizada, como um balé, e todos sabem exatamente quais são suas tarefas”, diz ela. “O clima se torna eficiente e positivo. Forneça listas de pré-preparo, atribua responsabilidades claras e garanta que a comunicação aberta seja constante.”

5

PROMOVA O EQUILÍBRIO ENTRE VIDA PESSOAL

Trate todos os membros da equipe com o mesmo respeito, independentemente do cargo. Para o chef René Noel Schiemer, todos devem se sentir no mesmo nível. “Controlamos os horários e não trabalhamos 10 ou 15 horas na cozinha”, afirma. “Trabalhamos nove horas juntos e depois vamos para casa, mantendo o equilíbrio para as famílias.”

Limite jornadas excessivamente longas e simplifique processos sempre que possível. Para René Noel, o uso de bases de molhos simples e componentes pré preparados economizam tempo e permitem que os chefs concentrem sua energia no que realmente importa: pratos de qualidade. “Essa abordagem mantém a cozinha organizada, eficiente e, no geral, positiva.”



SETE PASSOS RÁPIDOS PARA FORTALECER SUA EQUIPE

*Escrito por
Dino Bonačić*

UMA EQUIPE SÓ É VERDADEIRAMENTE FORTE QUANDO TODOS AVANÇAM JUNTOS. POR ISSO, UMA PARTE FUNDAMENTAL DA CONSTRUÇÃO DE QUALQUER NEGÓCIO É ELEVAR CADA MEMBRO AO LONGO DA JORNADA.

Descubra o poder de fortalecer sua equipe e desenvolver suas habilidades com a ajuda da chef Joanne Limoanco Gendrano.

Mesmo com os melhores ingredientes e uma estrutura tecnológica, o sucesso não é garantido sem uma equipe que saiba exatamente como executar as tarefas. Nossa pesquisa revelou que, em 2026, haverá uma mudança de foco: dos ingredientes em si para uma valorização crescente da habilidade e do domínio técnico

do chef envolvido na criação dos pratos.

Com mais de 20 anos de experiência no setor de Alimentos e Bebidas, a Chef Executiva da Unilever Food Solutions para a região do Golfo e Ilhas do Oceano Índico, Joanne Limoanco Gendrano, sabe como as equipes perfeitas funcionam. Uma parte de gestão positiva de pessoas e outra parte de apoio ao desenvolvimento, pois quando eles têm sucesso: você também tem!

Aqui estão os sete passos rápidos de Joanne para fortalecer sua equipe:

1

TEMPO PARA TREINAMENTO

Entrar na operação sem um treinamento detalhado é um grande erro, por isso é fundamental investir tempo e recursos. Isso não significa apenas mostrar como cozinhar, mas observar a equipe preparando o prato e criar uma simulação de serviço antes da abertura. A repetição permite que os erros sejam corrigidos antes do contato com a operação real.

2

FUNDAMENTOS ALÉM DO COZINHAR

Noções básicas como higiene, segurança e etiqueta de serviço são tão essenciais quanto as receitas. Ter uma equipe bem-preparada, que compreenda um pouco de cada etapa do processo, ajuda a cozinha a funcionar de forma mais fluida e eficiente.

3

MENTORIAS E SISTEMA DE DUPLAS

Trabalhar em pares incentiva o aprendizado, a responsabilidade e a continuidade, ao mesmo tempo em que garante uma operação mais sustentável. Essa prática também reduz a dependência de uma única pessoa e fortalece uma cultura de responsabilidade compartilhada.

4

O PODER DA MULTITAREFA

Incentivar a equipe a explorar diferentes interesses e ensinar habilidades fora de suas responsabilidades diárias constrói engajamento de longo prazo e maior interesse pelo próprio papel dentro da cozinha.

5

DESENVOLVIMENTO COMO FERRAMENTA DE MOTIVAÇÃO

Iniciativas que combinam o trabalho rotineiro com programas extracurriculares e certificações permitem que as pessoas cresçam dentro do negócio e assumam determinadas responsabilidades no futuro.

6

SIMPLICIDADE É FUNDAMENTAL

Um menu mais enxuto e focado facilita o sucesso da equipe em todos os níveis. Ter menos pratos significa treinamento mais rápido, maior consistência e uma capacidade muito maior de lidar com erros.

7

INSPIRE, NÃO COPIE

Incentivar a equipe a usar a própria criatividade para reinterpretar tendências é um ganho para todos. Você estimula um senso de encorajamento e orgulho pelo ofício, ao mesmo tempo em que faz o negócio evoluir ao permitir que toda a equipe lidere rumo ao futuro.



CALDO DA SERTANEJA COM MANDIOCA GLACEADA

IVAN ROCHA E CAROLINA ROSSONI



INGREDIENTES

Paçoca de Bacon

- 300 g Bacon Defumado picado
- 150 g Farinha de Mandioca tipo biju

Mandioca Glaceada

- 700 g Mandioca cozida em pedaços
- 150 g Açúcar Cristal
- 350 g Mel
- 2 g Pimenta Calabresa
- 10 g Pimenta Dedo-de-Moça em rodela
- Óleo para fritar

Mandioca Glaceada

- 700 g Mandioca cozida em pedaços
- 150 g Açúcar Cristal
- 350 g Mel
- 2 g Pimenta Calabresa
- 10 g Pimenta Dedo-de-Moça em rodela
- Óleo para fritar

MODO DE PREPARO:

Creme de Mandioquinha:

1. Temperar o frango com 5 g de Meu Tempero Cebola & Alho Knorr Professional, 5 g de Caldo de Galinha Knorr Professional, páprica e reservar por 30 minutos.
2. Em uma frigideira, refogar o frango e 100 g de cebola com metade do azeite até ficar bem dourado. Reservar.
3. Em uma panela, refogar o restante da cebola e alho no azeite até ficar transparente.
4. Adicionar a água e deixar ferver.
5. Adicionar Purê de Batatas Knorr Professional, o restante Meu Tempero Cebola & Alho Knorr Professional, Caldo de Galinha Knorr Professional, misturar muito bem e cozinhar por cerca de 1-2 minutos.
6. Adicionar a mandioquinha, misturar muito bem e bater com o mixer de mão até ficar bem homogêneo.
7. Adicionar o frango refogado e finalizar com cheiro-verde picado.

Paçoca de Bacon:

1. Refogar o bacon em uma frigideira até ficar bem dourado e liberar o excesso de óleo.
2. Drenar o excesso de óleo da frigideira.
3. Adicionar a farinha de mandioca aos poucos e misturar muito bem. Reservar.

Mandioca Glaceada:

1. Em uma panela, aquecer o mel e as pimentas em fogo médio por 2 a 3 minutos. Reservar.
2. Fritar a mandioca cozida em óleo quente (180 °C) até ficar bem dourada, cerca 3-5 minutos. Retirar do óleo e deixar drenar o excesso em papel-toalha.
3. Colocar o açúcar em uma frigideira e aquecer até virar caramelo. Adicionar água aos poucos para transformar em uma calda.
4. Adicionar a mandioca frita, misturando bem para recobrir todos os lados. Se necessário, adicionar um pouco mais de água. A etapa de glacear a mandioca deve ser feita aos poucos.
5. Adicionar o mel picante e envolver muito bem a mandioca.

Montagem:

1. Colocar o creme de mandioquinha em um prato fundo ou tigela, acompanhado da paçoca de bacon e da mandioca glaceada.

TAPIOCA DE FRANGO ASSADO & TAPIOCA CARTOLA COM MATCHA

IVAN ROCHA E VICTOR CORAZZA



INGREDIENTES

2 kg Goma de Tapioca hidratada

Frango Assado

500 g Maionese Hellmann's
12 g Meu Tempero Cebola & Alho Knorr Professional
8 g Caldo de Galinha Knorr Professional
6 g Base Sabor Limão em Pó Knorr Professional
1,5 kg Sobrecoxa de Frango
5 g Curry em pó
120 g Queijo Muçarela ralado
30 g Pimenta de Dedo-de-Moça picada
10 g Cheiro-Verde picado

Creme de Matcha

45 g Amido de Milho Maizena
15 g Matcha (chá verde em pó)
150 g Açúcar Cristal
0,5 g Sal Refinado
500 ml Leite Integral
3 Ovos
5 ml Essência de Baunilha
5 unidades Banana Nanica
200 g Queijo Coalho fatiado

MODO DE PREPARO:

Frango Assado:

1. Preaquecer o forno a 180°C.
2. Em uma tigela, temperar o frango Meu Tempero Cebola & Alho Knorr Professional, Caldo de Galinha Knorr Professional, Base Sabor Limão em Pó Knorr Professional, curry, mexer muito bem e reservar por 15 minutos.
3. Transferir para uma assadeira e assar a 180°C até ficar dourado e cozido.
4. Retirar do forno, desossar e reservar apenas o frango assado.
5. Em uma tigela, misturar Maionese Hellmann's com frango assado, queijo, pimenta, cheiro-verde e mexer até ficar bem uniforme. Ajustar o tempero, se necessário.

Creme de Matcha

1. Em uma panela, misturar Amido de Milho Maizena, matcha, açúcar, sal até ficar uniforme.
2. Adicionar leite, ovos, baunilha e processar com mixer de mão.
3. Cozinhar em fogo médio por cerca de 5-8 minutos mexendo sempre até engrossar.
4. Quando engrossar, cozinhar por 1-2 minutos. Ajustar o sabor de matcha, se necessário.
5. Passar por uma peneira fina para deixar a textura mais lisa e remover grumos.
6. Transferir para um recipiente com tampa, cobrir com plástico filme encostando no creme e reservar na geladeira até o momento de usar.

MODO DE PREPARO:

7. Antes de usar, pode ser necessário bater no mixer de mão para deixar cremoso.
8. Descascar as bananas, cortar ao meio no sentido do comprimento e reservar.
9. Em uma frigideira, tostar o queijo coalho até formar uma casca dourada e reservar. Na sequência, aquecer manteiga, dourar ligeiramente as bananas até ficarem douradas, e reservar.

Tapioca:

1. Em uma frigideira antiaderente, espalhar cerca de 80 g goma de tapioca e levar ao fogo baixo para aquecer.
2. Deixar por cerca de 1 minuto, virar com o auxílio de uma espátula e deixar por mais 10-15 segundos. A tapioca deve ficar unificada.
3. Adicionar o recheio de escolha (pernil ou banana com queijo) em metade da tapioca, com a outra metade fechar a tapioca formando uma meia-lua.
4. Tostar por mais alguns minutos e remover do fogo.
5. Para a tapioca de banana, finalizar com o creme de confeiteiro.



COZINHA SEM FRONTEIRAS

EM 2026, A COZINHA SEM FRONTEIRAS DÁ MAIS UM PASSO CONFIANTE, COM UM FORTE FOCO EM AUTENTICIDADE, TÉCNICA, RESPEITO E SABOR.

O ano à frente se constrói sobre a diversidade de sabores globais, combinando cozinhas de uma forma que seja respeitosa, refinada e criativa, mas também permita que os chefs exibam suas habilidades e identidade cultural em cada prato. A “fusão” da Cozinha Sem Fronteiras não é apenas sobre misturar culturas — é sobre ver e vivenciar trocas culinárias reais e empolgantes no prato.

O apelo para muitos chefs está no senso de descoberta. E em um mundo de incertezas políticas, migração e mudanças globais, a Cozinha Sem Fronteiras oferece solidariedade através da comida.

Comunidades da diáspora continuam a ampliar o acesso

a ingredientes hiperlocais e técnicas tradicionais — um crescente interesse pelo matcha (chá verde em pó) ou chá hojicha e a curiosidade por culinárias que vão da Oaxaca do sul do México à Chongqing, uma ramificação mais picante da Sichuan. As novas gerações buscam experiências que tenham significado: pratos criativos, mas com raízes.

Receitas de herança cultural são reinterpretadas com toques modernos e surgem combinações ousadas entre ingredientes familiares e outros menos conhecidos. Sabores asiáticos continuam em alta, mas seu alcance se expande para regiões diversas, como Andina até Argélia.

COMO CONQUISTAR OS CONSUMIDORES DA GERAÇÃO Z

Escrito por Rhys Thomas



POR QUE RESGATAR A TRADIÇÃO E A NARRATIVA POR MEIO DA COMIDA É TÃO IMPORTANTE PARA ESTA GERAÇÃO.

A Geração Z é uma geração que se relaciona com a comida de forma muito intencional. Com o custo de vida aumentando rapidamente e os mercados saturados, eles buscam uma experiência especial a cada refeição. Para eles, isso costuma ser percebido por meio da conexão humana e do aprendizado histórico sobre o alimento com o qual estão se relacionando.

No universo dos restaurantes e da gastronomia, os clientes são a principal variável. Às vezes isso é impulsionado por tendências; em outros momentos, por fatores sociais, econômicos ou pelas condições em que vivemos. À medida que novas gerações passam a ocupar nossas mesas, é fundamental entender o que irá inspirá-las — não apenas por meio do paladar, mas também da mente e do coração.

De acordo com pesquisas recentes, quase dois terços dos consumidores da Geração Z: sair para comer fora é uma ocasião especial, mesmo em ambientes casuais e de fast food (QSR). Eles também desejam novas experiências, como provar novas culinárias, pratos e sabores. Isso significa que, quando decidem onde comer, muitas vezes escolhem um lugar novo — e fazer com que retornem exige mais do que apenas boa comida.

A boa notícia? A lealdade é fundamental. O mesmo estudo revelou que dois terços da Geração Z estariam dispostos a ir mais longe para comer em um lugar de que gostam, em vez de optar por algo mais próximo.

O Chef Executivo da Tailândia, Jiraroji Navanukroh, afirma que a resposta está na experiência. “Eles fotografam a comida”, explica. “Por isso, a apresentação é vital. Talvez seja o caso de repensar a aparência de um prato: destacar ingredientes bonitos e apetitosos.” Em outras palavras, a Geração Z come primeiro com os olhos. Mas isso não significa que a história seja deixada de lado.”

“Uma imagem vale mais que mil palavras”, diz o Chef Executivo das Filipinas, Kenneth Cacho. “Mas essas palavras ainda precisam de significado.” Ele complementa: “Isso significa respeitar as técnicas tradicionais, mesmo que os ingredientes evoluam.” Para a Geração Z, sobrecarregada de opções, as conexões emocionais

e culturais são fundamentais. “A educação desempenha um papel vital. Precisamos mostrar a história de um prato, o que ele deveria ser e como a nossa versão dialoga com essa história. É aí que a conexão acontece.”

Isso também fala de propósito. Os consumidores de hoje querem sentir que você defende algo. Seja você uma marca ou um chef, sua identidade importa. A Geração Z pode comer qualquer coisa, em qualquer lugar, eles precisam de um motivo para acreditar que você faz isso melhor. Por isso, o seu menu deve refletir uma filosofia clara. Não é preciso explicá-la em excesso, mas o conceito precisa ser sentido.”

Kenneth também levanta um ponto importante sobre ética, especialmente na era da “cozinha sem fronteiras”. A Geração Z cresceu em contato com sabores globais, mas contar essas histórias exige cuidado e responsabilidade.

“O sinigang é um ótimo exemplo”, diz ele. “É uma sopa com um gosto ácido pela adição de frutas, como o tamarindo. Se eu não tiver tamarindo, usar vinagre não é autêntico. Para prepará-la de forma responsável, eu precisaria usar outra fruta.” Nesse caso, a história do sinigang é que ele é acidificado por fruta. A fruta pode mudar conforme a estação, mas atalhos colocam em risco justamente a tradição com a qual a Geração Z quer se conectar.

ARAIAS DE CARNE COM MAIONESE CÍTRICA

IGOR MOCHIZUKI E CAROLINA ROSSONI



INGREDIENTES

Arais

- 40 g Molho Escuro Demi Glace Knorr Professional
- 16 g Caldo de Carne Knorr Professional
- 8 g Meu Tempero Cebola & Alho Knorr Professional
- 1 kg g Carne Moída
- 350 g Cebola picada
- 4 g Pimenta Síria
- 1,5 g Cominho em pó
- 1,5 g Coentro em pó
- 20 g Cheiro Verde picado
- 100 ml Azeite
- 10 unidades Pão Pita (15 cm)

Maionese Cítrica

- 300 g Maionese Hellmann’s
- 15 g Mostarda Hellmann’s
- 5 g Base Sabor Limão em Pó Knorr Professional
- 30 ml Azeite
- 1 g Lemon Pepper
- 5 g Raspas de Limão taiti
- 10 g Cebolinha Fresca picada

MODO DE PREPARO:

Arais:

1. Em uma tigela, misturar a carne com Molho Demi Glace Knorr Professional, Caldo de Carne Knorr Professional, Meu Tempero Cebola & Alho Knorr Professional, cebola, pimenta síria, cominho, coentro, cheiroverde até virar uma massa homogênea. Reservar.
2. Preaquecer o forno a 180°C.
3. Cortar os pães ao meio, rechear com a mistura de carne mantendo uma espessura de 1,5 cm.
4. Pincelar o pão com o azeite.
5. Colocar em uma forma e assar a 180°C por cerca de 6-8 minutos de cada lado ou até ficar cozido.
6. Servir com a maionese cítrica.

Maionese Cítrica

1. Em uma tigela, misturar a Maionese Hellmann’s e Mostarda Hellmann’s, Base Sabor Limão em Pó Knorr Professional, azeite, lemon pepper até ficar uniforme.
2. Finalizar com raspas de limão, cebolinha e misturar ligeiramente.
3. Servir com o Arayes.

The image shows two slices of a potato cake, 'Torta de Batata Crocante', served on dark, textured plates. The slices are cut diagonally, revealing a thick, creamy white filling of mashed potatoes. The top of each slice is covered with a layer of thin, golden-brown potato slices that have been fried to a crisp. The background is a dark, metallic surface, possibly a kitchen counter, which adds to the professional and appetizing look of the dish.

TORTA DE BATATA CROCANTE

THAÍS GIMENEZ E IGOR MOCHIZUKI

INGREDIENTES

Crosta de Batata

40 g Amido de Milho Maizena
8 g Meu Tempero Cebola & Alho Knorr Professional
1,2 kg Batata
80 g Manteiga Sem Sal derretida
1 Clara de Ovo
Pimenta-do-Reino moída a gosto

Purê de Batata

250 g Purê de Batatas Knorr Professional
6 g Meu Tempero Cebola & Alho Knorr Professional
600 g Bacon Defumado em cubos
500 g Palmito em conserva em cubos
10 ml Azeite
800 g Água
200 g Batata bolinha laminada para decoração

MODO DE PREPARO:

1. Ralar a batata no ralo grosso, passar rapidamente na água para não escurecer e drenar o excesso de umidade.
2. Temperar com Meu Tempero Cebola & Alho Knorr Professional, mexer muito bem e reservar por 20 minutos.
3. Preaquecer o forno a 170°C, untar com óleo ou desmoldante e forrar uma forma de fundo falso ou removível(20cm dediâmetro)com papel antiaderente.
4. Drenar o excesso de água da batata espremendo muito bem.
5. Adicionar Amido de Milho Maizena, clara, manteiga e pimenta-do-reino moída e mexer muito bem.
6. Forrar a forma preparada com a batata ralada, formando a base e as laterais, pressionando levemente.
7. Assar a 170°C por cerca de 25-30 minutos ou até ficar dourado, reservar.
8. Fatiar as batatas bolinhas em rodela finas, manter na água para não escurecer.
9. Para o bacon: refogar o bacon até soltar o excesso de gordura e ficar bem dourado, reservar.
10. Para o palmito: refogar levemente com azeite para dar uma leve tostada e reservar.
11. Preaquecer o forno a 180°C.
12. Em uma panela, aquecer a água e misturar Purê de Batatas Knorr Professional, Meu Tempero Cebola & Alho Knorr Professional e mexer muito bem por cerca de 2 a 3 minutos ou até ficar bem cremoso.
13. Adicionar ao purê um dos sabores (bacon frito ou palmito refogado) e misturar muito bem.
14. Transferir o purê saborizado para a base de batata assada.
15. Decorar com lâminas de batata bolinha e levar ao forno a 180°C para dourar.



RAÍZES CULINÁRIAS

AS RAÍZES CULINÁRIAS CONTINUAM A CRESCER EM 2026, COM UM NOVO FOCO EM PAIXÃO E RESPEITO PELAS HERANÇAS NATIVAS E PELAS CULTURAS AO REDOR DO MUNDO. A TRADIÇÃO NÃO É APENAS PRESERVADA, MAS CELEBRADA, E A COMIDA SEGUE SENDO COMBUSTÍVEL PARA NOVAS CRIAÇÕES.

Em 2025, o foco estava em resgatar pratos de herança e prestar a reverência que merecem. Agora, o movimento ganha um tom mais leve e festivo: receitas e técnicas ancestrais são reinterpretadas de forma acessível e alinhada ao paladar do público atual.

O apelo está em provar algo real. Consumidores da Geração Z estão cada vez mais atraídos por ingredientes e pratos com história, como ensopados antigos e receitas que contam histórias de lugares, pessoas e tempos. Em uma era de instabilidade política, econômica e climática, há uma

busca crescente por alimentos super locais, resilientes e sustentáveis. Ao mesmo tempo, as gerações mais jovens são criativas e abertas a novas interpretações dessas tradições.

Restaurantes são os locais ideais para as Raízes Culinárias, onde chefs se expressam com autenticidade e apoio a fornecedores locais. Fique atento às tendências crescentes de forrageamento, pratos de uma panela só e ao uso crescente de kunafa (além do chocolate de Dubai), espinheira, ingredientes profundamente conectados as culturas e comunidades locais.

COMO TORNAR UM RESTAURANTE LUCRATIVO (E MANTER ASSIM)

Escrito por Dino Bonačić

**POR TRÁS DOS PRATOS LINDAMENTE FINALIZADOS
ADMINISTRADOS PODEM CORROER MARGENS DE LUCRO MUITO
RAPIDAMENTE.**

No entanto, nossa pesquisa sugere que os operadores estão se concentrando cada vez mais em extrair valor de ingredientes não tradicionais. Pense em: massas reaproveitadas, alimentos fermentados e sabores globais direcionados.

Essas simples sugestões podem ser a chave para transformar um lucro...

É a sua hora de entender e colocar em prática na sua operação.

1

CONCEITOS VERSÁTEIS

O frango frito é um favorito global, mas sua preparação e apresentação variam muito. Do casual no estilo dos EUA, ao asiático ou latino-americano, até opções gourmet que utilizam diferentes cortes e técnicas de cozimento.

À medida que as expectativas dos consumidores continuam evoluindo, a capacidade de adaptar pratos é fundamental. Ao utilizar um ingrediente comum como o frango e combiná-lo com diferentes molhos ou aplicações, os operadores podem criar diversos itens de menu com custo reduzido e grande impacto.

Essa abordagem garante consistência, escalabilidade e margens fortes.

2

APLICAÇÕES EM CAMADAS

Existem três maneiras simples de abordar receitas à base de frango.

Primeiro, uma aplicação básica, simples, com baixa demanda de mão de obra e custo reduzido. Um exemplo seria o frango frito clássico servido com molho pronto para uso (ex.: Molho Gravy Knorr).

As vantagens incluem:

- tempo mínimo de preparo
- execução fácil
- alto rendimento bruto

Personalizações simples podem incluir glaces sem glúten ou à base de plantas, como um molho barbecue.

O próximo passo é uma aplicação elevada, com criatividade adicional e eficiência de custos. Isso pode ser frango frito coberto com molho kimchi ou glacê de alho premium.

Embora essa abordagem exija maior investimento em mão de obra, o valor percebido aumenta, permitindo cobrar mais. Por fim, para aplicações de nível premium, sabores globais e artesanais entram em cena.

Aqui, chefs criam pratos exclusivos com ingredientes especiais, resultando em um preço mais alto ideal para restaurantes de serviço completo.

3

O PODER DOS DADOS

A lucratividade é fruto do domínio dos dados do restaurante. Ao analisar padrões de vendas, é possível prever o fluxo de clientes e planejar compras com mais precisão, reduzindo desperdícios e evitando falta de estoque.

Pesquisar preços de ingredientes ao desenvolver receitas ajuda a entender suas margens. Ignorar dados do passado pode levar a erros. Utilizar dados históricos para identificar horários de pico e dimensionar equipes é essencial

4

A FORÇA POR TRÁS DA LUCRATIVIDADE

Usar ingredientes consistentes e de alta performance como bases culinárias ajuda os chefs a reduzir o tempo de preparo e manter a integridade do sabor em ambientes de alta demanda.

Eles também permitem variações criativas, como adicionar ervas, especiarias ou elementos fermentados

5

LUCRATIVIDADE É UM ESFORÇO DIÁRIO

Alcançar lucratividade não é um marco pontual é um esforço contínuo.

Eficiência, criatividade e adaptabilidade são suas melhores amigas. Desde otimizar seu cardápio até abraçar novas tendências e técnicas, cada ajuste pode fazer a diferença.

Administrar um restaurante é desafiador, mas quando tudo se encaixa, as recompensas, financeiras e outras são extremamente satisfatórias.

BROWNIE DE CHOCOLATE & CUPUAÇU COM MOUSSE DE AÇAÍ

VITOR TSURU E GIOVANNI ARACRI



INGREDIENTES

Brownie de Chocolate & Cupuaçu

400g Brownie & Petit Gateau Carte D’Or
75 g Manteiga Sem Sal
100 g Polpa de Cupuaçu congelada

Mousse de Açaí

400 g Mousse de Chocolate Branco Carte D’Or
250 ml Leite Integral gelado
150 g Cream Cheese
250 g Açaí congelado tipo sorbet
10 g Açaí em pó 66% (opcional)
Açaí congelado tipo sorbet para calda (opcional)

MODO DE PREPARO:

Brownie de Cupuaçu

1. Preaquecer o forno a 180°C e forrar uma forma redonda (20 cm) de fundo falso ou removível com papel antiaderente, reservar.
2. Em uma panela, derreter manteiga sem sal e polpa de cupuaçu em fogo baixo.
3. Em uma tigela, misturar Brownie & Petit Gateau Carte D’Or com a mistura de manteiga e cupuaçu, e mexer até ficar uniforme.
4. Transferir para a forma reparada e alisar bem.
5. Assar a 180°C por cerca de 25-30 minutos.
6. Retirar do forno e esperar esfriar completamente.

Mousse de Açaí

1. Retirar o açaí do congelador e deixar em temperatura ambiente por cerca de 10-15 minutos ou até ficar macio, mas ainda gelado.
2. Em uma tigela da batedeira, misturar 200 g Mousse de Chocolate Branco Carte D’Or com o leite gelado e bater com o batedor tipo globo na batedeira em velocidade média até começar a ganhar volume, cerca de 3-5 minutos.
3. Adicionar 75 g cream cheese, continuar a bater por mais 1-2 minutos ou até ficar uniforme. Reservar na geladeira.
4. Em uma tigela da batedeira, misturar o restante do Mousse de Chocolate Branco Carte D’Or com o açaí e bater com o batedor arame na batedeira em velocidade média até começar a ganhar volume, cerca de 3-5 minutos.
5. Adicionar o restante do cream cheese, continuar a bater por mais 1-2 minutos ou até ficar uniforme. Colocar o açaí em pó, caso utilizar. Reservar na geladeira.

Montagem

1. Nivelar o brownie, se necessário, para que tenha cerca de 1 cm de espessura.
2. Utilizar a forma do brownie ou um aro para a montagem da torta.
3. Colocar o brownie para ser a base da torta, dispor de maneira intercalada os mousses e com uma colher mesclar.
4. Levar para a geladeira por pelo menos 1 h para firmar.
5. Na hora de servir, se desejar, pode ser servido com açaí derretido para ser uma calda.

PÃO DE QUEIJO DE TAPIOCA COM CARNE-LOUCA & ESCAROLA

IGOR MOCHIZUKI E GIOVANNI ARACRI



INGREDIENTES

Pão de Queijo

- 40 g Maionese Hellmann's
- 8 g Meu Tempero Cebola & Alho Knorr Professional
- 250 ml Leite Integral
- 30 g Manteiga Sem Sal
- 250 g Tapioca Granulada
- 1 Ovo
- 130 g Queijo Coalho ralado
- 130 g Queijo Parmesão ralado

Lagarto Desfiado:

- 8 g Meu Tempero Cebola & Alho Knorr Professional
- 8 g Caldo de Carne Knorr Professional
- 150 g Cebola fatiada
- 100 g Pimentão Vermelho fatiado
- 20 ml Azeite
- 750 g Lagarto Desfiado
- 50 ml Vinagre
- 15 g Cheiro-Verde picado

Escarola & Couve

- 12 g Meu Tempero Cebola & Alho Knorr Professional
- 400 g Escarola fatiada
- 400 g Couve-Manteiga fatiada
- 200 g Pimentão Vermelho fatiado
- 20 ml Azeite

Maionese de Manga & Curry

- 400 g Maionese Hellmann's
- 250 g Polpa de Manga descongelada
- 3 g Curry em pó

MODO DE PREPARO:

Pão de Queijo

1. Em uma panela, aquecer leite e manteiga até derreter completamente.
2. Retirar do fogo, adicionar Maionese Hellmann's, Meu Tempero Cebola & Alho Knorr Professional, tapioca e mexer muito bem.
3. Acrescentar ovo, os queijos e mexer até ficar homogêneo.
4. Separar em porções de 90 g, dispor sobre uma assadeira de congelar.
5. Preaquecer o forno a 180°C.
6. Assar a 180°C por cerca de 10-12 minutos ou até ficar dourado.

Pernil & Escarola

1. Em uma panela, refogar a cebola no azeite até ficar transparente. Adicionar o pimentão e continuar a refogar.
2. Colocar o lagarto desfiado, temperar com Meu Tempero Cebola & Alho Knorr Professional, Caldo de Carne Knorr Professional e misturar muito bem. Finalizar com vinagre, cheiro-verde e reservar.
3. Em uma frigideira, refogar pimentão no azeite para ficar macio, cerca 3-4 minutos. Acrescentar escarola, couve, continuar a refogar até murchar, temperar com Meu Tempero Cebola & Alho Knorr Professional e reservar.

MODO DE PREPARO:

Maionese de Manga & Curry

1. Em uma tigela, processar Maionese Hellmann's com a polpa de manga até ficar bem homogêneo.
2. Adicionar o curry e misturar muito bem. Ajustar o tempero, se necessário.
3. Manter na geladeira até o momento de servir.

MONTAGEM:

1. Cortar o pão de queijo no meio, no sentido da horizontal, para formar dois pedaços.
2. Rechear com o recheio escolhido: pernil ou escarola & couve, e servir com a maionese de manga e curry.



GASTRONOMIA PERSONALIZADA

A GASTRONOMIA PERSONALIZADA AVANÇA COM UMA RENOVADA SENSÇÃO DE CLAREZA. EM 2025, A TENDÊNCIA SE CONCENTROU NA TECNOLOGIA, EM FORMATOS “MONTE O SEU”, NO TEATRAL E NO JANTAR INTERATIVO.

Em 2026, procura o equilíbrio: cresce a preferência por refeições simples — mas ainda deliciosas, bem pensadas e com sensação de dinamismo, enquanto o serviço se mantém fluido e eficiente.

O formato acessível oferece aos clientes exatamente o que desejam: sensação de escolha em um mundo que muitas vezes parece excessivo. Eles querem comida que se adapte um pouco às suas necessidades.

Isso pode significar trocar um ingrediente, ajustar um molho ou preparar pratos que atendam a preferências alimentares ou de saúde, sem comprometer o sabor ou a qualidade. Esses momentos de controle fazem a experiência de comer parecer

empoderadora e divertida.

Restaurantes de serviço rápido (quick-service restaurants, em inglês) são um ambiente natural para a Gastronomia Personalizada. Para os operadores, uma pequena flexibilização gera grande valor: constrói fidelidade, cria conversa e adiciona um toque premium sem pesar nos custos. Para o público, transforma a refeição cotidiana: bowls personalizáveis ou cozinhas abertas com assento no balcão oferecem uma visão envolvente do preparo — mantendo ritmo rápido e fluido. Pense no crescente apelo dos restaurantes de hot-pot (preparo na mesa do cliente) e os novos conceitos de buffet de saladas que permitem que cada pessoa personalize sua refeição.

MOLHOS E COMPLEMENTOS: UM GUIA PARA PERSONALIZAÇÃO.

Escrito por Dino Bonačić



Num momento em que a importância da escolha desempenha um papel-chave na atração de novos clientes, o chef Brandon Collins compartilha seus segredos para explorar a personalização do cardápio — mínimo esforço, máximo impacto.

Houve um tempo em que a melhor experiência em um restaurante girava em torno da consistência, mas conforme as conexões digitais permitem que os clientes se tornem cada vez mais conscientes e vocais sobre suas preferências, a tendência da personalização ganha um papel crescente na indústria da hospitalidade.

Nossa pesquisa descobriu que a construção personalizável de pratos se tornando parte central do menu, é o ponto mais significativo dentro da tendência Gastronomia Personalizada. Comer deixou de ser sobre impor regras rígidas e ditar a cada movimento, e passou a ser mais sobre fornecer elementos de construção perfeitos para uma experiência memorável que nunca poderá ser replicada.

Com o público da Geração Z liderando esse movimento da escolha, os restaurantes estão tendo que responder às crescentes necessidades individuais de seus futuros clientes. Aqui, o Chef Executivo Corporativo da Unilever Food Solutions, Brandon Collins, traz dicas e truques sobre como abraçar essa evolução sem colocar pressão extra no restaurante e em sua equipe.

MOLHOS E CONDIMENTOS

Uma das maneiras mais fáceis de incorporar a personalização é oferecer uma variedade de molhos diferentes. Os clientes amam passar e mergulhar molhos! Você não precisa de receitas novas — use os molhos que já tem no cardápio e faça lotes maiores, por exemplo, passando de 1 para 4 litros.

Isso permite oferecer uma experiência pessoal sem adicionar complexidade. Os molhos são estáveis, nada se perde e, na prática, ajudam o serviço a fluir melhor, dando aos clientes a flexibilidade de sabores que eles desejam.

COBERTURAS E EXTRAS

Oferecer coberturas e ingredientes adicionais dá controle aos clientes e acolhe suas preferências. Sabemos que coentro divide opiniões, então deixar as pessoas escolherem se querem incluí-lo garante que todo mundo aprove o prato. Isso vale para outros itens do menu: os clientes podem trocar ou combinar ingredientes de diferentes preparações. Mas a chave é usar o que você já tem. As pessoas estão criando a própria experiência, então isso naturalmente vai variar. Ao monitorar quais itens são populares, você tem uma ideia para desenvolver menus no futuro e facilitar a execução de novos pratos pela equipe, mantendo a personalização simples e atraente.

TÉCNICA DE COZINHA

As técnicas de cocção são outra forma de permitir personalização. Um peito de frango pode ser frito, assado ou grelhado, tudo usando o mesmo equipamento. Para proteínas maiores, como costelas, você pode oferecer uma versão braseada ou uma versão grelhada, usando os mesmos componentes. Isso também acomoda preferências alimentares — alguém pode evitar frituras e preferir assados. A variação de técnica adiciona uma sensação de escolha e melhora a experiência gastronômica, enquanto mantém o preparo prático e eficiente para a cozinha.



GASTRONOMIA PERSONALIZADA COM ORGANIMENTO ENXUTO, SEGUNDO QUATRO CHEFS

Escrito por Dino Bonačić

Longe de soluções de alta tecnologia e alto custo, abraçar a tendência da Gastronomia Personalizada pode ser uma ótima forma de evoluir economicamente o seu negócio e abrir portas para novas audiências. Para inspirar seu próximo movimento, quatro chefs da Unilever Food Solutions compartilham suas histórias sobre essa grande tendência da alimentação.

Oferecer aos clientes a oportunidade de personalizar sua própria jornada gastronômica é uma tendência importante para responder à evolução do comportamento dos consumidores e às demandas modernas do setor. Pedidos pelo celular, QR codes e quiosques de autoatendimento estão se tornando comuns em restaurantes de serviço rápido e casual. Mas, embora ideias que envolvem tecnologia, inteligência artificial ou

experiências visuais possam ser caras, você também pode fazer isso de maneira criativa e economicamente viável. Com as diferentes perspectivas globais desses quatro chefs, você aprenderá como construir sua própria versão de uma experiência de Gastronomia Personalizada.

ERIC CHUA MANTÉM SIMPLES

É importante não complicar demais — qualquer menu pode adotar essa sensação pessoal com alguns pequenos ajustes. Seja organizá-lo de acordo com tipos de personalidade, horóscopo ou meses de nascimento, você cria uma sensação mais profunda de conexão com o seu cliente. Até mesmo nomear o prato de uma forma que construa esse elo é o modo mais simples e direto de gerar identificação. Isso exige pesquisa, mas você deveria analisar o perfil do seu cliente de qualquer maneira — você está operando dentro da sua comunidade.

ESCOLHA E COMBINE COM RENÉ NOEL SCHIEMER

Embora a tendência Gastronomia Personalizada seja frequentemente vista como cara, existem muitas maneiras acessíveis de colocá-la em prática. A mais fácil é fazer o prato principal vegetariano ou vegano, e então, oferecer cinco complementos, como peixe, frango, carne... assim você tem uma base simples e acessível, enquanto ainda oferece escolha aos clientes. A proteína é a parte mais cara, então essa abordagem também economiza dinheiro e reduz desperdício, ao mesmo tempo em que cria aquele elemento essencial de flexibilidade. Mantendo a base simples e permitindo que as pessoas personalizem com adicionais, você cria essa experiência sem complicar demais ou gastar além do necessário.

JOANNE LIMOANCO-GENDRANO ABRAÇA A EDUCAÇÃO

Tenho visto cada vez mais a equipe do salão envolvida na preparação de alimentos — como servir um líquido ou quebrar algo diante do cliente — pode criar expectativa e encantamento. A alta gastronomia começou isso, com refeições sofisticadas como o Steak Tartare, concebidas em torno da experiência de moer a carne na frente do cliente. Hoje, essa abordagem se espalhou por todos os níveis do foodservice. Seja oferecendo várias opções de molhos prontos ou um serviço de carrinho de Dim Sum em que você mistura o molho na hora — picante ou não — e os clientes conseguem acompanhar tudo. Recentemente vi um restaurante moderno de culinária do Oriente Médio fazendo mini shawarmas, fatiados e enrolados ao lado da mesa, finalizados sobre brasas. E ainda havia a opção de acrescentar batatas fritas — uma escolha pequena, mas que faz diferença na experiência.

THAÍS GIMENEZ FAZ AJUSTES SUTIS

Tudo gira em torno da experiência — e isso pode ser feito mesmo com orçamento limitado, usando dados de forma inteligente. Se um cliente sempre pede a carne em um ponto específico ou comemora o aniversário de casamento no seu restaurante todos os anos, você já tem a informação para antecipar as necessidades dele. Deixe a cadeirinha infantil pronta, sugira a carne do jeito que ele gosta ou sinalize que sabe o motivo da celebração. Mesmo pequenos ajustes, como apresentar o mesmo ingrediente com uma técnica diferente — tomates braseados em vez de tomates selados — criam uma experiência sem custo adicional. Trata-se de usar o que você já sabe sobre seus clientes, mudar ligeiramente a descrição ou o preparo e fazê-los sentir que foram notados. Isso é personalização, isso é Gastronomia Personalizada sem precisar de tecnologia cara ou grandes investimentos.

NOVAS REGRAS PARA COMER FORA SEGUNDO A GERAÇÃO Z

Escrito por Dino Bonačić

Assim como todas as outras indústrias criativas, o universo da gastronomia está em constante transformação, à medida que direciona seu foco para a futura geração de grandes consumidores. Definida por suas próprias regras e por um conjunto claro de preferências, a Geração Z apresenta o próximo grande desafio.

Com um poder de consumo global em rápido crescimento, a Geração Z está a caminho de se tornar o público-alvo de todas as marcas. Nossa pesquisa mostra que 84% da Geração Z se alimenta durante o deslocamento diário, e que os lanches se tornaram uma parte vital de sua rotina de trabalho.

Ao mesmo tempo são a geração mais rica e a mais numerosa da história da humanidade, eles são o futuro, tanto no sentido literal quanto no metafórico. Em termos da evolução do poder de consumo, qualquer estratégia o crescimento de longo prazo de qualquer negócio é impossível sem considerar suas escolhas claramente definidas. Mas afinal, o que eles esperam ao comer fora?

Quatro chefs globais da Unilever Food Solutions partem de suas próprias experiências reais e compartilham aprendizados sobre como se conectar com o cliente do futuro. Do tamanho das porções à escolha das técnicas, estes são os passos para preparar o seu negócio gastronômico para o futuro.

BRANDON COLLINS **CHEF EXECUTIVO CORPORATIVO** **(ESTADOS UNIDOS)**

Uma das principais características da Geração Z é que eles não consomem grandes porções. Eles saem com amigos, sentam juntos e pedem vários pratos pequenos, em vez de entradas grandes. Pratos para compartilhar e com preços acessíveis funcionam melhor, e a inclusão de drinks sem álcool simples e fáceis de preparar ajuda, já que geralmente não consomem bebidas alcoólicas. Eles gostam de sabores internacionais em formatos familiares — como kimchi em bolinhos de risoto ou frango ao molho sobre nachos, além de releituras divertidas e acessíveis de pratos clássicos.

JOANNE LIMOANCO-GENDRANO **CHEF EXECUTIVA (FILIPINAS)**

A Geração Z gosta de participar ativamente do que come. Eles querem escolhas: qual molho acompanha o prato, qual acompanhamento ou carboidrato, até pequenos detalhes como extras para batatas fritas. Ter um elemento interativo no prato também é importante. Um pequeno momento “instagramável”, seja ao abrir um recipiente, despejar um molho ou criar uma apresentação que gere uma experiência visual.

RENÉ NOEL SCHIEMER **CONSULTOR CULINÁRIO (ALEMANHA)**

Conquistar a Geração Z não é simples, mas é possível quando você os encontra onde eles estão. Em restaurantes corporativos, eles frequentemente trocam o refeitório da empresa em favor da comida de rua ou bowls. Então, oferecer pratos frescos, visualmente atraentes, com foco no bem-estar ou culinárias específicas ajuda a trazê-los de volta. A localização também importa, por isso entender as preferências locais e oferecer opções criativas e acessíveis é fundamental.

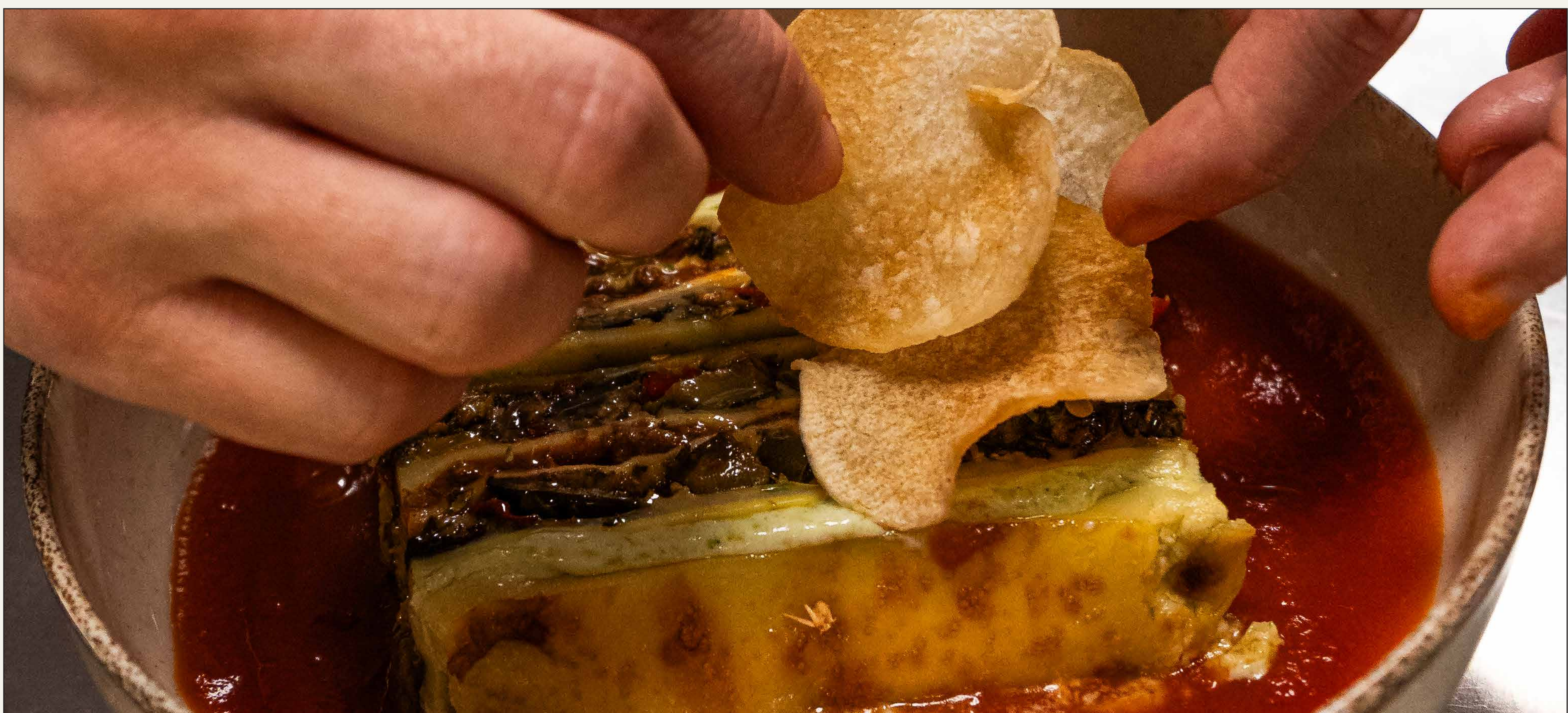
JAMES BROWN

CHEF EXECUTIVO (REINO UNIDO)

A Geração Z decide muito rapidamente onde comer: eles olham o Instagram e, se parecer interessante, vão. Eles são imediatos, informados e positivos, então é preciso encontrar esse equilíbrio. Se houver dúvida, pergunte primeiro a eles e depois refine essas percepções com a sua experiência. Para pratos pensados para beliscar, nem sempre é necessário criar itens novos, meias-porções de outros pratos do menu, uma pequena opção de saladas ou aperitivos, talvez alguns sucos frescos, tudo precisa parecer autêntico e prático, e nunca forçado.

COMO DESENHAR O CARDÁPIO PERFEITO

Escrito por Dino Bonačić



Unindo visão artística e pensamento estratégico, este guia acompanha o caminho do sucesso conforme quatro chefs compartilham suas próprias interpretações de um menu perfeito.

Criar um cardápio exige uma mistura complexa de escolhas, mas o objetivo é sempre encontrar o equilíbrio entre criatividade e rentabilidade.

Capturar sabores deliciosos e tendências contemporâneas sem comprometer o orçamento é o que todo empresário busca.

Mas como fazer isso na prática? Mesmo que a perfeição pareça distante, quatro chefs da Unilever Food Solutions compartilham suas visões para ajudar você nesse caminho.

ERIC CHUA, CHEF EXECUTIVO (SINGAPURA)

Tudo se resume a ouvir seus clientes: saber o que eles procuram e criar um menu adequado aos hábitos deles. Também é importante verificar regularmente seu sistema de vendas e analisar os dados. Se um prato não tiver bom desempenho, é hora de removê-lo ou ajustá-lo. E às vezes o problema nem é o prato — ele pode ser excelente — mas o preço não conversa com o público.

FRANK OLIVARIUS JAKOBSEN, CHEF EXECUTIVO & CONSULTOR GASTRONÔMICO (DINAMARCA)

Procure ingredientes versáteis que permitam diversas aplicações e otimizem o tempo do pré-preparo, mantendo a qualidade e o sabor. Diminuir a lista de insumos e apostar em produtos profissionais e de alta performance, capazes de render muitos preparos: flocos de batata que viram purê, sopa, creme ou até espuma, por exemplo. Combinar produtos de forma criativa também é importante: misturar caldos com bases concentradas de sabor permite aos chefs desenvolver pratos exclusivos mantendo a preparação simples. No fim, os menus devem ser adaptáveis, eficientes e inspiradores, dando aos chefs flexibilidade para mudar pratos enquanto entregam sabor, valor e uma experiência marcante e memorável.

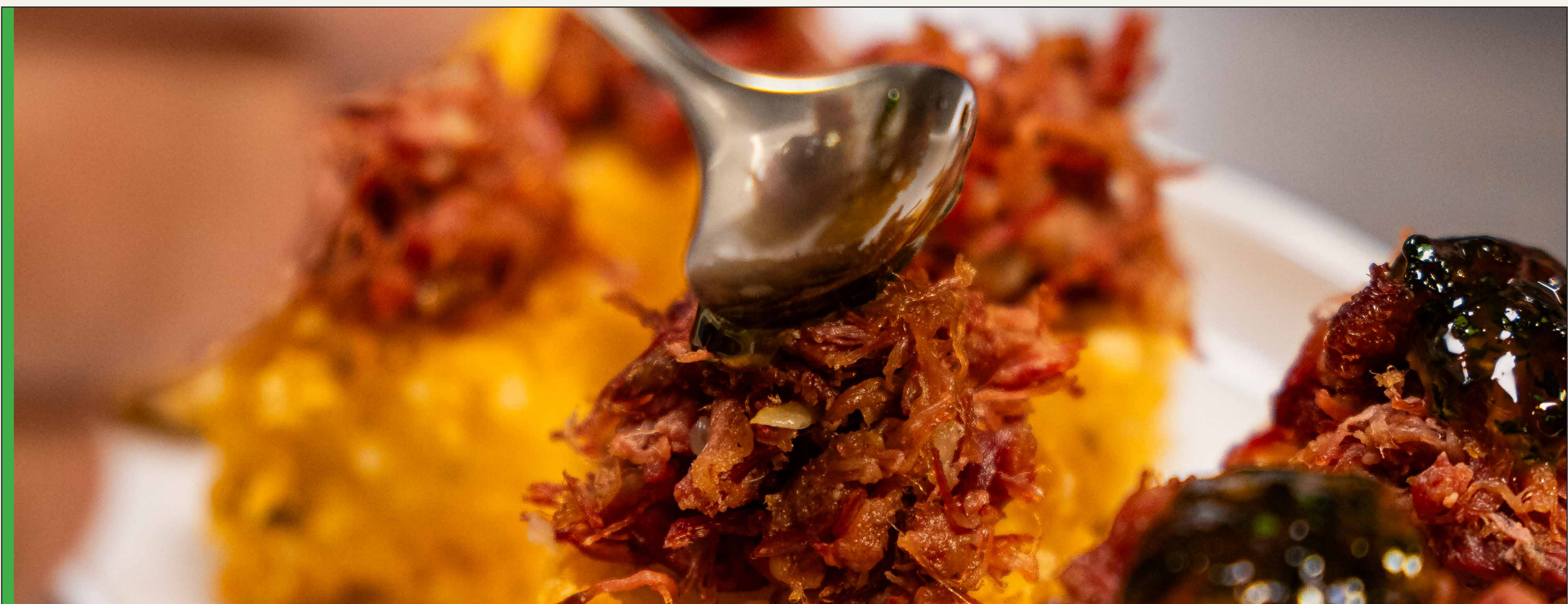
JOANNE LIMOANGO-GENDRANO, CHEF EXECUTIVA (FILIPINAS)

Ao trabalhar a engenharia de cardápio, é muito importante manter o foco — dominar de 10 a 15 pratos é melhor do que ter um cardápio enorme. Um menu grande deixa você mais vulnerável a erros, eleva o custo e atrapalha o estoque, enquanto um menu mais compacto permite gerenciar a lucratividade, garantir qualidade na compra de ingredientes e facilitar ajustes em itens que não estão saindo.

THAÍS GIMENEZ, CHEF EXECUTIVA (BRASIL)

É um jogo de equilíbrio em que custo, técnica e escolha de ingredientes precisam viver em harmonia. Ingredientes caros e raros podem criar experiências únicas, mas focar em produtos locais, sazonais e nativos costuma gerar menus mais rentáveis sem perder sofisticação — principalmente quando apoiados por técnica. Usar dados sobre os clientes (preferências, hábitos, visitas anteriores) permite aos chefs oferecer variações sutis e pratos personalizados.

PRINCIPAIS DICAS PARA EMPRATAR



Não é fácil saber por onde começar no grande final. Essas dicas simples e fáceis de aplicar vão te deixar um passo mais perto da perfeição no empratamento.

GASTRONOMIA PERSONALIZADA CUSTOMIZÁVEL COM COR & CONTRASTE

Cor intensa e marcante é uma das maneiras mais fáceis de criar um prato que pareça moderno e compartilhável. Incorporar ingredientes em alta como ube (com seu tom roxo intenso), pistache (um verde fresco e suave) ou hot honey (de brilho âmbar) aumentam o impacto visual do prato. Esses ingredientes não só trazem sabor como também funcionam como pontos de cor, ajudando os pratos a se destacarem nas redes sociais e nos cardápios. Pense em sobrepor cores contrastantes para criar um prato que realmente se destaca.

EXIBA AS OPÇÕES VISUALMENTE

A personalização ganha força quando é clara e acessível. Em vez de esconder as opções extras, coloque-as em destaque. Pense em molhos em mini jarras, mix de especiarias e opcionais em pequenos recipientes ou tábuas. Isso não só permite que os clientes ajustem o prato ao gosto pessoal como também reforça a narrativa visual da refeição — resultando numa experiência mais memorável.

COZINHA SEM FRONTEIRAS TÉCNICAS PARA TEXTURAS

Combine técnicas de forma visual: proteínas grelhadas na brasa com um molho cremoso, ou vegetais crocantes selados no wok e servidos junto a um purê sedoso de ube. A interação das texturas torna as culinárias híbridas mais empolgantes e coesas, e ressalta o cuidado e o trabalho envolvidos em cada prato.”

LOUÇAS QUE EXPRESSAM CULTURA

Apresente os pratos em louças que remetam à origem cultural da receita. Por exemplo: bibimbap coreano servido em dolsot de pedra; curries indianos em thalis de aço inox; antepastos italianos em tábuas de madeira; salsas e cozidos mexicanos em molcajetes. Essas sugestões simples de serviço reforçam a autenticidade para os clientes.

COMIDA DE RUA MODERNA O RITMO DA RUA

Os clientes adoram o espetáculo da comida de rua. Basta uma olhada rápida no TikTok ou Instagram para ver contas de comida de rua viralizando graças a essa proposta aberta e acessível. Sempre que possível, deixa o preparo visível — grelhas, woks e espetinhos trazem uma energia que convida o público e os envolve no processo culinário.

COMPARTILHAR SEM CERIMÔNIA

A natureza descontraída da comida de rua a torna perfeita para compartilhar de modo mais informal. Com isso em mente, pense em pratos que possam ser passados de mão a mão, puxados, partidos ou mergulhados juntos. Essa informalidade única o que torna a comida de rua tão popular.

RAÍZES CULINÁRIAS DESTAQUE O OFÍCIO

A técnica é uma das maneiras mais fáceis de mostrar sua habilidade como chef. Permita que marcas de grelha, potes de fermentação, ou ervas frescas e flores comestíveis fiquem visíveis — assim os clientes conseguem ver claramente o trabalho por trás do prato.

VALORIZE A INTEGRIDADE DO INGREDIENTE

Mantenha os ingredientes principais reconhecíveis e pouco manipulados, celebre sua forma, cor e textura naturais — especialmente aqueles ingredientes nativos ou ligados à região do prato. Essa tendência realmente celebra o toque tradicional, por isso ingredientes e apresentação autênticos são fundamentais.

ALÉM DO PRATO: COMO UM PRATO CONTA UMA HISTÓRIA

Escrito por Dino Bonačić

Ao olhar além do prato, os consumidores estão interessados pelas histórias que inspiraram suas refeições favoritas. À medida que a narrativa se torna uma parte essencial do negócio, os chefs da Unilever Food Solutions compartilham seus conselhos sobre como criar conexões significativas com o seu público.

Seja uma receita passada de geração em geração ou uma técnica inovadora que faz referência a um momento cultural importante, a narrativa tem uma conexão muito próxima com a arte culinária. A diferença agora é que as histórias por trás das refeições não são apenas um interesse de nicho — elas se tornaram uma estratégia amplamente utilizada para construir um relacionamento duradouro com os clientes, especialmente a Geração Z.

Nossas pesquisas mostram que esse grupo valoriza experiências locais, autênticas e conectadas, que refletem quem eles são e no que acreditam.

Aqui, seis chefs da Unilever Food Solutions compartilham seus conselhos sobre como trazer a arte de contar histórias para o seu universo.

HISTÓRIAS DE TÉCNICA

POR ERIC CHUA

Ingredientes podem ser arriscados para sustentar uma história — se eu destacar Wagyu australiano e, de repente, não conseguir mais servi-lo, criei um problema. Mas a técnica é diferente: ela desperta a imaginação e oferece aos clientes uma sensação imediata de sabor e experiência. Mesmo com pratos prontos ou feitos em cozinhas centrais, a linguagem da técnica pode transformar a percepção. Descrições como: salteado na wok com 48 movimentos ou marisco cozido no vapor por 100 segundos, adicionam precisão, curiosidade e um senso de artesanato. A narrativa baseada em técnica não apenas diferencia uma marca, como também também comunica qualidade e intenção de forma direta — algo que os clientes entendem na hora.

ALÉM DO CHEF PRINCIPAL

POR THAÍS GIMENEZ

Muitas vezes, a brigada de cozinheiros contribuem com ideias, ingredientes e técnicas, mas apenas o chef principal recebe reconhecimento. Ver os nomes dos diferentes membros da equipe ao lado dos pratos, junto com a origem dos ingredientes, adiciona emoção, autenticidade e reconhecimento. Isso mostra aos clientes que toda a equipe da cozinha tem criatividade digna de celebração, ainda desperta curiosidade sobre quem estará por trás do próximo prato. Esse tipo de transparência e valorização é uma poderosa forma de narrativa.

MAIS DO QUE UM CARDÁPIO

POR BRANDON COLLINS

A arte de contar histórias na gastronomia é profundamente pessoal. É por isso que os chefs podem ser tão protetores — apresentar um prato é como se expor no salão, ele representa tudo o que construímos. Os cardápios também devem carregar essa mesma personalidade. Quando leio um menu, consigo entender muito sobre o chef por trás dele: suas influências, idade ou confiança. A personalidade não aparece apenas na comida, mas na forma como ela é descrita, na escolha das palavras e até na estrutura. Seja alta gastronomia ou fast food, a voz do chef deve estar sempre presente.

O PODER DO NATIVO

POR JOANNE LIMOANCO-GENDRANO

Além das narrativas pessoais, ingredientes ou técnicas, a narrativa também pode vir do orgulho cultural. Pratos que carregam uma identidade local ressoam profundamente, porque as comunidades querem celebrar suas próprias histórias. Ao mesmo tempo, tendências locais também podem inspirar. O segredo não é copiar, mas adaptar criativamente — isso ajuda a manter a relevância enquanto ainda se conta a própria história.

TRANSPARÊNCIA, TENDÊNCIAS E SIMPLICIDADE

POR FRANK JAKOBSEN

Os clientes querem saber o que estão comendo, por que ela faz bem e como se encaixa no seu estilo de vida. Para a Geração Z, a narrativa acontece por meio do TikTok, da música e dos elementos visuais — conectando a comida à cultura e à conveniência, com foco em pratos que chamam atenção, fáceis de comer e de compartilhar. Uma linguagem simples e direta funciona melhor do que jargões corporativos.

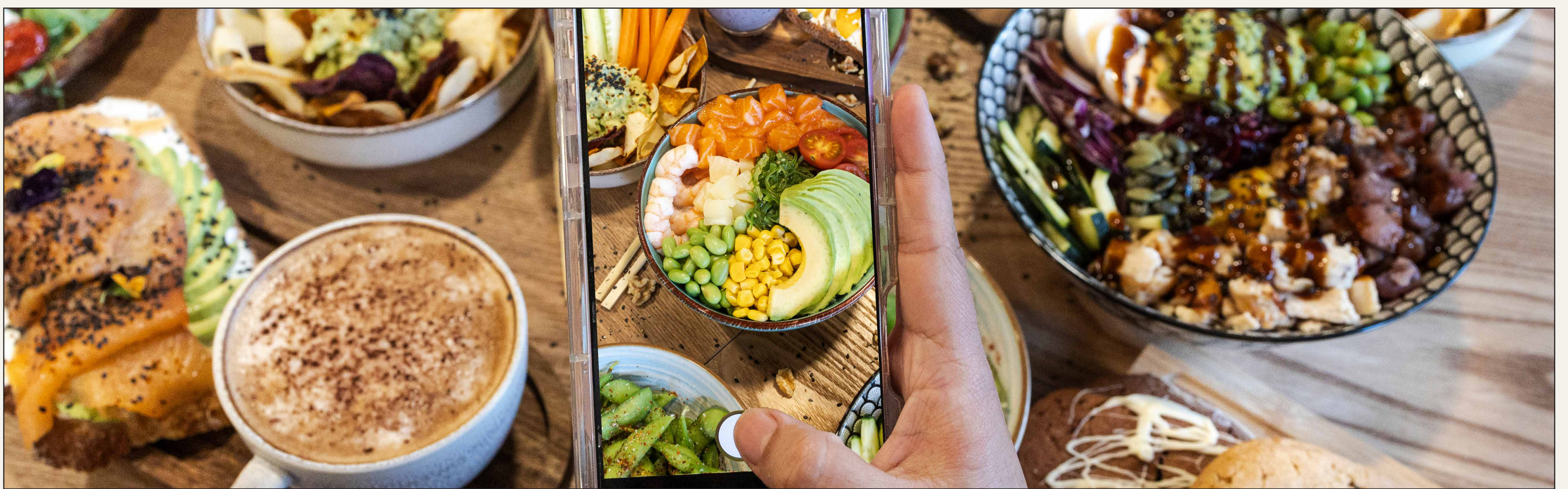
MENTE ENCONTRA O CORAÇÃO

POR KENNETH CACHO

Muitos menus copiam tendências ou se apoiam em descrições muito detalhadas sobre a origem de ingredientes e sem profundidade real. Para além da emoção ou dos ingredientes, os clássicos da culinária podem se tornar uma fonte rica para a narrativa. Veja o frango coreano frito duas vezes: o método por si só já conta uma história de crocância, ciência e tradição. Quando os chefs se aprofundam no conhecimento de temperaturas, amidos e texturas, eles criam pratos com consistência e alma. Autenticidade, aliada à técnica, garante que a história não seja apenas contada — mas sentida em cada mordida.

DOMINANDO AS MÍDIAS SOCIAIS COM GUNGUN CHANDRA HANDAYANA

Escrito por Ryan Cahill



Para muitos, as mídias sociais podem parecer um mundo à parte. Este guia oferece sugestões simples para ajudar a transformar cliques em clientes.

Com mais de 350 mil seguidores só no Instagram, o chef Gungun Chandra Handayana domina o cenário alimentar nas redes sociais. Sua abordagem direta e informativa, combinada com pratos visualmente deliciosos, o estabeleceu como uma referência onde a comida vem em primeiro lugar.

Em uma era em que as mídias sociais podem determinar o sucesso ou o fracasso de um negócio, encontrar o tom certo no conteúdo é essencial. Aqui, Gungun abre os bastidores e compartilha como construiu sua presença digital, ajudando você a seguir o mesmo caminho.

“Criar vídeos de comida envolventes para as redes sociais exige atenção a cada detalhe, da voz aos elementos visuais”, afirma Gungun.

“Quando esses elementos se unem, um vídeo simples se transforma em uma ferramenta poderosa de narrativa, capaz de cativar o público e fortalecer a presença digital do chef.”

1

DEFINA A NARRAÇÃO

Uma voz clara, agradável e envolvente define o tom e guia o público pela experiência com calor e clareza.

2

CONTEÚDO DO VÍDEO

Um prato ou tema que esteja em alta e popular tem maior chance de viralizar. Apresentar um prato que está em alta no momento adiciona relevância e apelo imediato.

3

LEGENDA

Uma legenda clara e concisa garante que a mensagem do vídeo possa ser compreendida mesmo quando é assistido sem som. Legendas também tornam o conteúdo mais acessível.

4

TRILHA SONORA EM ALTA

Usar uma música ou som popular junto ao vídeo aumenta a conexão emocional imediata e amplia o alcance e a descoberta do conteúdo.

5

DURAÇÃO DO VÍDEO

Uma duração recomendada de 55 segundos dependendo da plataforma, sendo que os primeiros três segundos são cruciais para prender a atenção e incentivar o espectador a continuar vendo.

6

CAPA DO VÍDEO

A identidade visual da marca é reforçada com uma capa de vídeo que tenha elementos visuais consistentes, como fontes e cores atrativas.

7

TÍTULO DO VÍDEO

Por último, um título provocativo — daqueles que despertam curiosidade imediata — pode impulsionar significativamente as visualizações e o engajamento.

MENUS DO FUTURO⁴

